

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model*, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di terima. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman TIKI di Surabaya.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di terima. Hal ini berarti bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman TIKI di Surabaya.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di terima. Hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman TIKI di Surabaya.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di terima. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman TIKI di Surabaya.
5. Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di terima. Hal ini berarti bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa pengiriman TIKI di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan dapat diberikan beberapa rekomendasi yang berupa saran-saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dan bagi penelitian selanjutnya :

1. Saran bagi Manajemen TIKI di Surabaya

- a. Pada variabel Kualitas Layanan, nilai rata-rata jawaban responden, nilai terendah adalah indikator “Karyawan TIKI bersedia menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat”. Untuk itu, saran yang diajukan adalah manajemen TIKI diharapkan memotivasi karyawannya agar bersedia menanggapi keluhan pelanggan dengan lebih cepat.
- b. Pada variabel Citra Merek, nilai rata-rata jawaban responden, nilai terendah adalah indikator “TIKI memiliki keunggulan, kecepatan, ketepatan waktu, memberikan harga yang terjangkau, serta keamanan yang terjamin, sehingga dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan, dan keinginan konsumen”. Untuk itu, saran yang diajukan adalah manajemen TIKI di harapkan meningkatkan sistem manajemennya, agar dapat mempersingkat kecepatan pengiriman paket.
- c. Pada variabel Kepuasan Pelanggan, nilai rata-rata jawaban responden, nilai terendah adalah indikator “Harga yang di tawarkan TIKI setara dengan kualitas layanan yang diberikan”. Untuk itu, saran yang diajukan adalah manajemen TIKI diharapkan meningkatkan kualitas layanannya, agar kualitas layanan yang di berikan oleh TIKI lebih unggul daripada jasa pengiriman lainnya.
- d. Pada variabel Loyalitas Pelanggan nilai rata-rata jawaban responden, nilai terendah adalah indikator “Saya akan tetap menggunakan jasa

pengiriman TIKI, meskipun ada promosi yang menarik dari jasa pengiriman lain”. Untuk itu, saran yang diajukan adalah manajemen TIKI diharapkan membuat strategi promosi yang menarik, seperti memberikan *point reward* kepada pelanggan yang sering menggunakan dengan jumlah transaksi (Rp) pengiriman tertentu.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya

Keterbatasan penelitian ini adalah penelitian tidak fokus pada pelanggan member atau non member saja dan hanya meneliti pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat fokus pada salah satu kategori pelanggan member atau non member saja dan menambahkan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas seperti *perceived price* dan *perceived value*.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Amanah, D., 2011, Pengaruh Promosi Dan Brand Image(Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent Di Ramayanan Plaza Jalan Aksara Medan, *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, Vol. 3, No. 3: 221-233
- Alma, B., 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Bandung : CV. Alfabeta.
- Bates, John E.G., Douglas Hoffman. 1999. *Managing services marketing: Text and readings*. Orlando : The Dryden Press Harcourt Brace College Publisher.
- Fadli, Sulaeman, E. Dan Padilah, H.N., 2013, Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Farina Beauty Clinic Jalan Kertabumi No. 23 Karawang, *Jurnal Manajemen*, Vol.10, No. 3: 1236-1253
- Ferdinand, A., 2002, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Edisi 2, Semarang: BP UNDIP.
- Ghozali, I. dan Fuad, 2005, *Structural Equation Modeling Teori dan Konsep & Aplikasi dengan program LISREL 8.54*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. Black, W.C., 1998, *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Happy, W.A., 2009, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus Pada Luwes Loji Wetan Solo), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Kotler, P., (2000), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Prenhallindo.
- _____, dan Armstrong, G., 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Terjemahan, Jilid 1,Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- _____, 2006, *Marketing Management 12e*, Pearson International Edition.

- _____. dan Keller. K.L., 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan, Jilid 1 dan 2, Edisi ke 13, Jakarta : Erlangga
- Kurniawati, D., Suharyono. dan Kusumawati, A., 2014, Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.14, No. 2: 1-9
- Liao, K.H., 2012, The Casual Effects Of Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction On Customer Loyalty In The Leisure Resort Enterprise, *China-USA Business Review*, ISSN 1537-1514, Vol. 11, No. 5: 631-642.
- Lita, R.P., 2009, Pengaruh Kepercayaan Pada Komitmen Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Trikonomika*, Vol. 8, No. 2: 71-77.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A., 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Nalau, A., Hudayah, S. dan Wasil, M., 2012, Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan J.Co Donuts & Coffee Di Plaza Mulia Samarinda, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Neria, M., 2012, Pengaruh Citra Merek Terhadap Loylitas Konsumen Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia, *Skripsi*, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Administrasi Program Sarjana Ekstensi, Depok.
- Nugroho, F.Y., 2011, Pengaruh Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Perilaku Konsumen Rumah Makan Gudeg Pawon Di Janturan Umbulharjo), *Skripsi*, Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", Yogyakarta.
- Nurmayanti, R., 2014, Pengaruh Customer Value, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty (Pelanggan Asuransi Syariah Di Kota Bengkulu), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bengkulu.

- Nursiana, A., 2011, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Intermediasi Kepuasan Nasabah Dan Nilai Yang Dirasakan Nasabah, *Skripsi*, Universitas Multimedia Nusantara, Jakarta.
- Novitayanti, S. R., 2014, Analisis Pengaruh Citra Produk Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Smartphone Blackberry, *Skripsi*, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Pusparani, P.A.Y. dan Rastini, N.M., 2013, Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Kamera Canon Digital Single Lens Reflex (Dslr) Di Kota Denpasar, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali.
- Prasetyo, W.B., 2013, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Purwodadi.
- Prawira, B. dan Yasa, N.N.K., 2013, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali.
- Rizan, M., Saidani, B. dan Sari, Y., 2012, Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro (Survei Konsumen Teh Botol Sosro Di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1: 1-17
- Saidani, B. dan Arifin, S., 2012, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3, No. 1: 1-22
- Sanusi, A., 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat.

- Sasongko, F. dan Subagio, H., 2013, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet RIA, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No. 2: 1-7.
- Setiyawati, A., 2009, Studi Kepuasan Pelanggan Untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Bangunan Bangun Rejeki Semarang), *Tesis*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sugihartono, J., 2009, Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Pupuk Kalimantan Timur, Sales Representative Kabupaten Grobogan), *Tesis*, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sugiyono., 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Soeratno dan Arsyad, L., 2003, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi, Yogyakarta : Akademi Manajemen Perusahaan (YKPN).
- Tjiptono, F., 2005, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta : Andi.
- _____, 2007, *Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi.
- _____, 2008. *Strategi pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta : Andi
- Widagdo, H., 2011, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang, *Jurnal Ilmiah STIE MDP Forum Bisnis Dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1: 1-10
- <http://www.bataviase.co.id/node/6886690> di akses tanggal 25 oktober 2014
- <http://www.jakarta.go.id/web/encyclopedia/detail/3303/Titipan-Kilat-TIKI> di akses tanggal 25 oktober 2014